



Des hommes engagés : les négociants et la défense des vins du Midi (1900-1939)

Stéphane Le Bras

► To cite this version:

Stéphane Le Bras. Des hommes engagés : les négociants et la défense des vins du Midi (1900-1939). Société d'histoire des sociétés rurales; MARACHE C.; LACHAUD S.; BODINIER B. L'univers du Vin : hommes, paysages, territoires, 2014. hal-01325320

HAL Id: hal-01325320

<https://hal.science/hal-01325320>

Submitted on 2 Jun 2016

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Des hommes engagés : les négociants et la défense des vins du Midi (1900-1939)

Stéphane LE BRAS

Résumé

Au cœur des aléas d'un premier XX^e siècle qui se caractérise par l'irruption brutale sur le marché des vins de la fraude, de la productivité à outrance et d'une concurrence exacerbée, les négociants en vins languedociens mettent en place diverses stratégies visant à leur assurer le contrôle de ce marché.

Nous nous proposons ici d'étudier ces différentes stratégies qui vont depuis les actions corporatistes de défense syndicale ou la promotion propagandiste des vins méridionaux jusqu'à l'accaparement de postes-clés des économies régionales et locales (Chambre de commerce, Tribunaux de commerce, Banques).

Mots-clés : Négoce, vin, Languedoc, stratégies, syndicat patronaux, appropriation territoriale.

Men of Commitment Wine Wholesalers and the Defense of the Wines in the Midi (1900-1939)

Abstract

In the heart of the risks of a first XXth century which is characterized by the rough raid on the market of wines of the fraud, the excessive productivity and an increased competition, the wholesalers from Languedoc set up diverse strategies to ensure their control of this market.

We propose here to study these various strategies which span from the corporatist actions of labor-union defense or the propagandist promotion of Southern wines to the seizure of key-position in the regional and local economies (Chamber of Commerce, Commercial courts, Banks).

Keywords : Wholesalers, wine, Languedoc, strategies, Syndicates, territorial appropriation.

Les vins du Languedoc souffrent tout au long du premier XX^e siècle de plusieurs problèmes structuraux. Ce sont tout d'abord les crises de mévente qui frappent la région à la suite de l'invasion phylloxérique¹. En effet, pour compenser le déficit d'offre en vins dû à la destruction du vignoble languedocien, le marché s'est gonflé de vins artificiels ou de synthèse. Or, une fois le parasite responsable de l'épidémie vaincu, la région s'engage dans une production de masse² et le marché se trouve rapidement encombré par des vins dits « naturels », produits en grande quantité et vendus à bas prix, et les vins artificiels à faible coûts. Au tournant du XX^e siècle, la région entre alors dans une période d'instabilité économique où les périodes de prospérité alternent avec les périodes de crise, dont la plus symbolique est celle, bien connue, de 1907³.

Conjointement à ces difficultés, les vins du Midi, en raison de la nature de leur production, souffrent d'un déficit d'image. Ainsi, en 1908, le professeur Daniel de l'Université de Rennes, chargé d'une mission d'étude sur les vins par le ministre de l'Agriculture, rend un rapport dans lequel il dénonce « les vins de vignes greffés (du Languedoc) qui ne valent rien et ne se conservent pas, malgré les drogues plus ou moins nuisibles à la santé publique dont on est obligé de les saturer »⁴. Cette mauvaise réputation colle à l'image des vins languedociens tout au long du XX^e siècle, renforcée notamment par la Première Guerre mondiale qui généralise la consommation de vin parmi les troupes, mais propage également la réputation de « gros rouge » des vins languedociens.

Si la réalité est beaucoup plus nuancée que cette caricature tant les vins languedociens se caractérisent par leur très grande diversité⁵, cette renommée négative associée aux perturbations subies par les marchés ont des impacts particulièrement perturbateurs pour le monde commercial.

Dans la région, pendant ce premier XX^e siècle, les transactions sont, majoritairement, assurées par les négociants. Ces derniers sont des rouages primordiaux sur le marché des vins. En effet, assurant un rôle charnière, ils sont l'intermédiaire indispensable entre les milieux de la production et de la consommation. Ils remplissent une fonction pivotale fondamentale sur les marchés en étant un acteur nécessaire au bon écoulement des stocks détenus par la production tout en répondant aux besoins de la clientèle (autres marchands en gros, coopératives de consommation, particuliers).

Or à la fois la mauvaise réputation ainsi que la grande altérabilité des cours sont deux éléments particulièrement nuisibles pour l'activité commerciale. En effet, les négociants prêtent la plus grande importance à l'image de leurs produits mais également de leur maison de commerce et cette question de l'honorabilité est au cœur de leur logique de développement

¹ Garrier, 1989.

² Galtier, 1960

³ Gavignaud-Fontaine, 2012, p. 19.

⁴ Arch. dép. Hérault, 8 M 219, Fonds de la Chambre de commerce de Béziers, Rapport « Les attaques de M. Daniel contre nos vins », octobre 1908. Le rapport de Daniel est d'autant plus préjudiciable qu'il a paru dans le *Times*, à Londres, cette même année.

⁵ Tarral, 2005. Ces vins de qualité sont autant des rouges (Saint-Georges par exemple) que des blancs (Muscat de Frontignan ou Picpoul autour de Pinet) ou des vins d'apéritifs et de liqueurs (Vermouths par exemple).

entrepreneurial. Il en va de même pour la lisibilité et la régulation des conditions transactionnelles. Ces dernières structurent le marché des vins et sont primordiales pour le bon fonctionnement des maisons de commerce tant ces dernières, par leur activité spéculatrice, ont besoin de sécurité et de garanties en ce qui concerne les cours.

Dans ce cadre, des personnalités émergent, veillant à défendre les intérêts du « Commerce »⁶ régional mais également les intérêts de leur propre maison. Ils s'inscrivent alors, dans des démarches multiscalaires, personnelles ou collectives, qui visent à assurer la défense des intérêts généraux du négoce local mais également les leurs.

Cette étude se propose ainsi de retracer un effort général sur une période chahutée, en dessinant les contours des méthodes employées, collectivement ou individuellement, par des hommes engagés dans la défense des vins du Midi, depuis les crises de mévente du début du siècle jusqu'au début de la Seconde Guerre mondiale. Il s'agira ainsi d'étudier, à travers certaines personnalités incontournables, comment les négociants languedociens investissent divers champs stratégiques pour permettre le développement d'une activité fondamentale pour l'économie régionale, mais également, dans le même temps, le développement de leur propre respectabilité.

I. L'activisme du mouvement patronal

C'est tout d'abord à travers les organisations patronales que les négociants cherchent à rompre l'image négative des vins du Midi, afin de favoriser son développement sur le marché national voire international des vins. Dans cette optique, le rôle d'intercesseur auprès des pouvoirs publics est fondamental.

I - 1 - Un interlocuteur de premier ordre avec les pouvoirs publics

Afin de gagner en crédibilité mais également en légitimité, le mouvement patronal régional se structure dès le début du siècle. C'est là un moyen d'asseoir son pouvoir dans la sphère viti-vinicole languedocienne, mais également d'attirer l'attention des pouvoirs publics sur les problèmes que rencontrent les négociants en vin dans la région. C'est ainsi qu'en raison du désordre qui règne sur le marché des vins, le besoin d'union des syndicats locaux se fait ressentir et, en octobre 1900, le syndicat de Montpellier, sous l'égide de son nouveau président, Paul Bret⁷, reçoit l'ensemble des délégués des syndicats régionaux : Béziers,

⁶ C'est le nom que l'on donne au négoce dans la région.

⁷ Paul Bret est un négociant montpelliérain, à la tête d'une maison de commerce prospère. En 1900, il accède à la tête du Syndicat du Commerce montpelliérain et fonde le Syndicat régional. À la tête de ces deux mouvements corporatistes, il impulse une nouvelle dynamique afin de faire des syndicats patronaux des interlocuteurs privilégiés des pouvoirs publics.

Carcassonne, Gard, Narbonne, Perpignan, Sète⁸. Il est alors question de la création d'un syndicat régional dont l'objectif serait de « grouper nos forces et donner une direction favorable à nos intérêts communs » mais également de faire porter « ensemble » la voix du Commerce : « Le Syndicat régional doit être la réunion de forces disséminées qui, ne pouvant rien faire par elles-mêmes, auront beaucoup plus de puissance en étant groupées »⁹.

Le projet est tout entier porté par P. Bret qui défend ardemment ce nouveau regroupement qui permettrait d'agir collectivement et donc, de disposer d'une oreille plus attentive auprès des ministères à Paris tout comme de la préfecture à Montpellier. C'est ainsi qu'il revendique consciencieusement une action de lobbying auprès des pouvoirs publics, des députés, des sénateurs. À la suite de quelques échanges – parfois vifs – et l'adoption des statuts à l'unanimité, Bret salue « la date du 23 octobre 1900, commencement d'une étape bienfaisante à nos intérêts »¹⁰. Cette amorce d'un mouvement syndical efficace entraîne par la suite la création puis l'affiliation de nouveaux syndicats locaux : Frontignan, Pézenas, Lézignan-Corbières, Alès, par exemple.

Dans la même logique, quelques années plus tard et quelques mois après la grande crise du printemps 1907, un nouvel organisme voit le jour le 1^{er} juillet 1908 : l'Office du vin. Ce jour-là, les délégués des Chambres de commerce du Languedoc (Béziers Carcassonne, Montpellier, Nîmes, Perpignan, Narbonne, Sète) se rassemblent à Sète¹¹ dans l'optique de donner naissance à un organisme de liaison dont l'objectif, ambitieux, serait d'assurer à la fois la promotion, la propagande et des services aux négociants méridionaux et aux clients de ces derniers. Situé à Béziers (dont les négociants en sont les principaux instigateurs), l'Office se veut un nouvel échelon entre les commerçants languedociens et les pouvoirs publics.

Ainsi, dès les premiers mois, l'Office contacte les élus locaux et nationaux pour leur faire part de son existence et justifier sa création comme dans cette lettre au député héraultais Brousse : « Pour savoir ce que pensent et demandent les négociants en vins, vous aurez à votre disposition l'Office du vin, qui est le représentant autorisé du Commerce des vins du Midi. »¹² En janvier 1913, l'activisme raisonné de l'Office est résumé par le bilan détaillé par Achille Gaillard¹³ qui reprend l'ensemble des thèmes traités en cinq années par l'organisme et qui dessine ainsi les contours d'une action large et multidirectionnelle¹⁴ dont l'ambition majeure est la défense des vins de la région¹⁵.

⁸ Arch. mun. Montpellier, 2 F NC, Procès-verbal de la réunion de formation du Syndicat régional à Montpellier, 23 octobre 1900.

⁹ Id., Discours d'introduction.

¹⁰ Id., Discours de clôture.

¹¹ Arch. dép. Hérault, 8 M 218, Fonds de la Chambre de commerce de Béziers, Office du vin, Procès-verbal d'installation, Office du Vin, 1^{er} juillet 1908.

¹² Id., 8 M 219, *op. cit.*, Lettre au député Brousse, 21 octobre 1908.

¹³ Alors président de la Chambre de commerce, A. Gaillard est un entrepreneur local proche des intérêts du négoce, notamment par les Magasins généraux dont il est le propriétaire.

¹⁴ Les thèmes sont les suivants : vins ; sous-produits de la vigne ; vinaigres ; alcools ; exportations ; importations ; tarifs des douanes, expertises au Nicaragua ; transports (vins et vermouths-vins de liqueur) ; lettre d'avis d'arrivage obligatoire ; avaries et manquants ; pénurie de matériel de transports ; office des transports de Toulouse ; connaissance-irresponsabilité ; moyens de propager la bonne renommée des vins du Midi ;

Avec le monde politique, les rapports sont plus ambigus. Les relations avec les élus (députés ou sénateurs) sont nombreuses et continues comme le prouve la correspondance abondante entre l'Office du vin, les chambres de commerce ou les syndicats et les députés. Ces relations épistolaires font état d'un mouvement de pression auprès des élus pour faire avancer tel ou tel dossier (comme par exemple au début des années 1910 le refus des délimitations¹⁶) ou faire entendre les différents vœux émis par ces instances, comme lors du débat sur l'assainissement du marché des vins dans les années 1920 et 1930¹⁷. Mais dans un souci de neutralité qui est souvent évoqué lors des débats pré-électorales dans les syndicats, les négociants s'engagent très peu dans la vie politique : ainsi, dans l'Hérault, le département où les négociants sont les plus présents, avant 1939, seuls Justin Augé (élu député de 1897 à 1910) puis Camille Reboul (député de 1910 à 1919 puis sénateur de 1924 à 1939) sont en partie issus des milieux commerciaux viticoles¹⁸. Au niveau local, si certaines mairies sont entre les mains de négociants (citons par exemple Frontignan jusqu'aux années 1930 avec Jean-Noël Périer puis Victor Anthérieu), les exemples sont assez rares et témoignent de ce désir de rester neutre vis-à-vis du monde politique. Cela n'empêche pas, comme avec les élus nationaux, de faire pression sur le maire comme en 1921 lors du mouvement en faveur de la création d'une commission de cotation des vins du Minervois à Olonzac¹⁹. Mais contrairement aux rapports avec les élus nationaux, ce sont là des rapports qui en vertu de leur nature informelle, qui nous sont mal connus.

Ce positionnement intermédiaire est reconnu par les pouvoirs publics lors des grandes enquêtes sur l'état de la viticulture et les crises qui la traversent. Ainsi, en 1907, la commission chargée d'enquêter sur les causes de la crise se rend dans la région pour rencontrer les principaux dirigeants des syndicats locaux. À Béziers, la Chambre de commerce, alors dirigée par le négociant François Guy²⁰, décide de réunir l'ensemble des Chambres de commerce du midi vinicole ainsi que les différents groupements patronaux²¹. Ces derniers²² se retrouvent le 28 février tandis que les premiers²³ se réunissent le 2 mars, à

délimitation territoriale ; polyculture ; Conseil supérieur du travail ; extension des travaux de l'Office du vin ; organisation des services de transport des correspondances

¹⁵ Arch. dép. Hérault, 8 M 638, Fonds de la Chambre de commerce de Montpellier, Correspondances jusqu'en 1935, Procès-verbal de réunion, OV, 27 janvier 1913.

¹⁶ Arch. dép. Hérault : 8 M 216, *op. cit.*, PV séance de la CCB, 08/03/1911.

¹⁷ Arch. dép. Hérault : 8 M 230, Fonds de la CCB, PV de séance, CCB, Rapport Araou, 03/02/1921, par exemple.

¹⁸ Jolly, 1960

¹⁹ Arch. dép. Hérault : 8 M 227, Commission de cotation, Marché d'Olonzac, 1924-1934, Lettre de Ch. Caffort au préfet, 20/10.

²⁰ L'un des négociants les plus importants de la région, il est également à la tête de magasins généraux qui permettent de stocker et expédier les vins récoltés dans le Biterrois mais qui, faute de vaisselle vinaire, ne peuvent pas être stockés par les propriétaires ou les négociants. François Guy est le second président de la Chambre de commerce de Béziers et il doit gérer la crise de 1907. La famille Guy est l'une des plus grosses fortunes de la région.

²¹ Arch. dép. Hérault, 8 M 219, Fonds de la Chambre de commerce de Béziers, « Enquête parlementaire sur la crise viticole – indication des causes de la crise et de ses conséquences. Remèdes proposés », Séance du 12 mars 1907.

²² « Monsieur le sous-préfet, Monsieur le Maire de Béziers, Messieurs les présidents des Sociétés agricoles et groupements divers se rattachant à la production et la vente de vin ».

Béziers. L'objectif est de donner une réponse concertée, et si possible unitaire, à la commission parlementaire. Les responsables patronaux se retrouvent ensuite le 12 mars, le soir de la visite de la commission, pour faire la synthèse des différentes réunions et des entrevues et se féliciter de l'écoute attentive des parlementaires²⁴.

Quelques années plus tard, lors de visite de la « Commission Barthe » dans la région en 1930-31, les responsables du mouvement patronal sont entendus à plusieurs reprises par la commission à Béziers, Montpellier ou Nîmes²⁵. Ils y affichent des prises de position et des arguments qui seront ensuite repris dans les grandes lois-cadres du Statut viticole, symbole, là-aussi, d'une certaine crédibilité auprès des pouvoirs publics.

Parmi ces arguments²⁶ figurent l'un des chevaux de bataille du mouvement patronal : la promotion des vins languedociens.

I – 2 La promotion des vins languedociens

Afin de permettre le meilleur écoulement des produits régionaux, les syndicats patronaux se lancent dans une démarche de valorisation des vins languedociens, dans un contexte où l'image de ces derniers est mise à mal. Ainsi, si la défense des vins dit « naturels » est présente dès le début du siècle dans le discours syndical, ce dernier connaît une inflexion à partir de la fin des années 1900 dans certains milieux commerciaux, inflexion qui se généralise après la Première Guerre mondiale à l'ensemble de la production régionale.

De fait, dès 1900, dans le cadre du Syndicat régional, P. Bret affirmait la nécessité de lutter pour « faire aimer davantage le vrai vin de France »²⁷. Derrière ce message se cache essentiellement la lutte contre les vins trafiqués, de sucre ou artificiels, ceux qui perturbent le marché. Dans cette logique, l'ensemble des débats tenus dans les réunions syndicales tournent autour de la qualité naturelle du vin et les responsables patronaux cherchent à défendre l'engagement d'une qualité irréprochable correspondant à la loi. Ainsi, les thématiques abordées par les comptes rendus syndicaux concernent principalement les vins plâtrés²⁸, les vins piqués ou cassés²⁹, les limites de la définition d'un « vin marchand et loyal »³⁰ ou la nécessité de classer les vins selon leur campagne³¹. Cet effort syndical s'articule alors autour d'une standardisation des critères qualitatifs, devenus cruciaux dans une période où la

²³ Les Chambres de Nîmes, Montpellier, Sète et Perpignan participent à la réunion, tandis que celles de Marseille, Toulon et Carcassonne qui avaient été invitées sont excusées mais adhèrent aux conclusions de la réunion.

²⁴ Arch. dép. Hérault, 8 M 219, *op. cit.*

²⁵ Barthe, 1932, p. 139.

²⁶ Citons par exemple : assainissement du marché par la mise à l'écart des vins anormaux et la distillation, contrôle des stocks à la propriété par le blocage par exemple.

²⁷ Arch. mun. Montpellier, 2 F NC, *op. cit.*, Discours d'ouverture.

²⁸ *Bulletin mensuel du Syndicat régional*, décembre 1907.

²⁹ *Ibid.*, janvier. 1909.

³⁰ *Ibid.*, mai 1909.

³¹ *Ibid.*.

concurrence s'exacerbe et où d'autres régions veillent à promouvoir leur production³². Ainsi, dès 1907, les responsables patronaux insistent sur l'orientation qualitative que doit suivre le marché des vins. À Béziers, F. Guy répertorie les solutions à la crise viticole qui touche la région. Toutes sont liées à l'assainissement de la filière par la lutte plus efficace contre mouillage, sucrage, vins de synthèse³³. En 1911, Étienne Roussel-Lacombe³⁴, alors secrétaire général du Syndicat régional, se réjouit de la création du service de la répression des fraudes en 1907³⁵.

Ainsi, les interventions dans les syndicats locaux soulignent alors l'importance des caractères qualitatifs génériques du vin, mais sans qu'il y ait, toutefois, encore à cette époque de volonté de démarquer qualitativement les vins méridionaux des autres vins.

Néanmoins, un syndicat local se démarque de cette définition qualitative impersonnelle et cherche à défendre, dès les années 1900, un vin de qualité typiquement local. Il s'agit des négociants sétois qui cherchent à assurer un effort de promotion des vins de qualité et non plus de la seule qualité des vins. Dès 1904, lors d'une polémique entre syndicats au sujet de l'uniformisation des conditions d'achat, le syndicat sétois estime « qu'il est difficile d'établir comme règle fixe et uniforme l'achat des vins, en ne prenant pour unique critérium de leur valeur que le degré alcoolique », insistant sur l'aspect qualitatif de la vente, notamment « quand il s'agit de vins de coteaux ayant des qualités particulières de goût et de couleur »³⁶. Cette introduction des critères gustatifs et qualitatifs est fondamentale car elle imprime un nouvel élan aux vins languedociens, notamment sous l'impulsion du charismatique président sétois, Jean Prats³⁷. Ce dernier, dont la carrière épouse les contours d'une réussite exemplaire, profite de son accession à des postes à responsabilité locale, régionale et nationale pour diffuser ses idées et sa conception d'une singularisation des vins languedociens sur le marché national voire international des vins. Il est, en cela, rapidement rejoints par les responsables patronaux des Pyrénées-Orientales qui partagent avec les Sétois les mêmes types de productions : vins doux naturels, vins de liqueurs, apéritifs.

C'est ainsi, dans les années 1920, alors que Jean Prats vient de passer cinq ans à la tête du Syndicat régional et qu'il accède au poste de Président du Syndicat national en 1928, que

³² Lucand, 2007, p. 112 et 248.

³³ Arch. mun. Béziers, Procès-verbal de la séance du 3 juin 1907 de la Chambre de commerce de Béziers.

³⁴ À la tête d'une belle fortune et d'une maison de second ordre avant-guerre, É. Roussel-Lacombe se singularise surtout par son action syndicale. Secrétaire général, il est la cheville ouvrière du Syndicat régional et du Syndicat de Montpellier. Grâce à de gros profits pendant et après la Première Guerre mondiale, sa maison prend une nouvelle ampleur jusqu'à son suicide en 1938. Il est également juge au Tribunal de commerce de Montpellier.

³⁵ *Bulletin mensuel du Syndicat régional*, mai 1911.

³⁶ Arch. mun. Sète, 2 F 14, Liste des commerçants sétois, Syndicat de Commerce en gros des vins et spiritueux, Procès-verbal de la séance du 31 août 1904, p. 19.

³⁷ Jean Prats est sûrement le syndicaliste le plus en vue du premier tiers du XX^e siècle. À la tête d'une maison spécialisée dans le vermouth à Sète (« Cazalis & Prats »), il est également juge au Tribunal de commerce de la ville, président du Syndicat des vins, président de la Chambre de commerce. Durant l'entre-deux-guerres, il est élu président du syndicat régional puis du Syndicat national. Il occupe également le poste de président de la Xe région économique toute récente. C'est une figure nationale, à la tête d'un patrimoine considérable. En 1929, symboliquement, il marie les intérêts sétois avec les intérêts bordelais par le mariage de son fils avec Arlette Ginestet, la fille de Fernand Ginestet qui a fait fortune dans le négoce des vins du Bordelais.

les négociants languedociens changent de discours. Il est désormais question de promouvoir des vins de type et de qualité méridionaux. En 1925, un article dans le nouvel organe de propagande du syndicat régional, l'*Action Méridionale*, illustre bien cette orientation du discours militant en faveur de vins méridionaux de qualité. Intitulé « Nos bons vins », il revient sur la visite des Sommeliers de Paris dans le Midi. Cette visite qui « a mis en relief la qualité de nos vins », a surtout permis de déconstruire la mauvaise réputation dont souffraient les vins du Midi. En effet, selon l'article – et en cela ils sont représentatifs de l'opinion publique française – « beaucoup de membres de la délégation partageaient cette croyance trop répandue que le Midi ne produit que des vins très ordinaires ». Or, selon le journal « l'étonnement des Sommeliers doit être une leçon pour nous ». On assiste donc là à un basculement dans la prise de conscience de la nécessité d'une défense qualitative des vins méridionaux et le journal joue un rôle majeur dans la propagation de ce basculement mental. L'article revient d'ailleurs sur le peu d'attention portée dans le passé à la promotion des vins méridionaux (ce que souligne le président des Sommeliers de Paris) et sur la nécessité d'« établir et d'étendre leur renommée », de « l'effort à tenter [...] par le Commerce des vins [...] dans une nouvelle orientation » qui serait qualitative. L'article énumère alors les différents moyens pour promouvoir les vins du Midi : toucher directement la clientèle bourgeoise et les restaurants comme l'ont fait les maisons d'apéritifs de la région (c'est-à-dire principalement les maisons sétoises et perpignanaises encore une fois) ; lancer leurs propres marques avec leurs propres étiquettes ; contrecarrer les logiques commerciales des commerçants de l'extérieur qui masquent les qualités des vins du Midi ; mieux soigner les vins du Midi pour en faire des vins de qualité supérieure ; préférer la qualité à la quantité. C'est une étape importante car elle propose un redimensionnement de la filière viti-vinicole régionale afin de l'inscrire dans une nouvelle dynamique, beaucoup plus porteuse et fructueuse, permettant de sauver le commerce et la viticulture régionale de leur « ruine »³⁸. C'est là un discours novateur et précurseur qui marque l'idéologie syndicale des années 1920 et 1930. En 1930, c'est toujours dans l'*Action Méridionale* que les responsables syndicaux évoquent la nécessité de prendre un nouveau tournant, celui du « risque de la qualité »³⁹.

Dans cette logique d'emprise réputationnelle sur la scène nationale et internationale, les maisons de commerce participent à de nombreuses expositions. Et cette implication suit le basculement qualitatif évoqué plus tôt. Ainsi, si les années 1900-1910 voient la participation de maisons de commerce spécialisées dans les vins doux et les apéritifs à de nombreuses expositions ou autres foires internationales⁴⁰ où les produits languedociens sont récompensés, il faut attendre l'Entre-deux-guerres pour que les vins de consommation courante y apparaissent. Ainsi, en 1924, le Syndicat régional encourage ses adhérents à participer à la Foire internationale de Bruxelles. Le compte-rendu de cette dernière occupe treize pages dans

³⁸ *L'Action Méridionale*, 15 août 1925.

³⁹ *Ibid.*, 1^{er} mars 1930.

⁴⁰ La maison « Cazalis & Prats » par exemple participe, comme l'indiquent ses publicités, aux expositions universelles de Paris (1900), Saint-Louis (1904), Liège (1905), Milan (1906), Bruxelles (1910), Gand (1913), San Francisco (1914), à la fois en tant que participante et membre du jury.

le bulletin de liaison du syndicat et on y loue l'attitude des négociants locaux⁴¹ qui ont su défendre, à l'initiative de la Fédération Méridionale, « toute la gamme ignorée des vins de la région méridionale » dont le « stand [...] offrait aux yeux l'agréable spectacle de ses vins rouges et blancs, de ses muscats, de ses Banyuls, de ses Frontignan et de ses vins de liqueurs »⁴². Un long résumé de la foire et des interventions des membres de la Fédération en faveur des vins du Midi est ensuite reproduit, revenant notamment sur les positions prises par la Fédération pour la défense de ses vins dans le cadre des accords internationaux. Lors du déjeuner franco-belge, « regroupant les 165 convives » et où « toutes les notabilités commerciales belges étaient représentées [...], la Fédération a saisi avec empressement l'occasion qui lui était offerte de faire connaître les diverses variétés de notre production méridionale »⁴³.

La reconnaissance de ces entreprises en faveur des vins languedociens que cela soit par le biais des organisations patronales elles-mêmes ou en raison de l'implication pour la promotion des vins locaux est entérinée par les décorations que reçoivent les négociants les plus illustres comme J. Prats, F. Guy ou P. Bret entre autres. Mais l'action des négociants ne s'arrête pas à cette seule sphère commercialo-syndicale. Ils veillent également à contrôler les outils économiques et financiers de la région afin de préserver leurs intérêts collectifs et individuels.

II. Le contrôle des institutions économiques

L'engagement des négociants se matérialise également par l'accaparement de postes à responsabilité dans les départements et dans la région, avec comme objectif la mainmise sur l'orientation de la filière viti-vinicole languedocienne dans le seul but de sauvegarder leurs intérêts. Cette emprise est particulièrement marquée dans les chambres et les tribunaux de commerce de la région tout comme dans le système bancaire, à travers ce que N. Lyon-Caen appelle l'appropriation du territoire⁴⁴.

II- 1. Chambres et tribunaux de commerce

Les chambres de commerce sont des cibles privilégiées pour les négociants languedociens. Il s'agit d'une stratégie particulièrement bien établie de captation puis

⁴¹ Parmi les 14 négociants qui se rendent à Bruxelles, neuf sont héraultais : Bècle, Bisou, Labarthe de Frontignan ; Baille de Marseillan ; A. Prat, Warnery de Sète ; Ramel, Roudil de Montpellier ; Guy de Béziers. On y retrouve donc à la fois des maisons spécialisées dans les vins doux (Bècle, Bisou), la barricaile (Roudil), les vins d'imitation (A. Prat) ou les vins de consommation courante (F. Guy). Ce sont également des maisons de premier plan (Warnery, Guy, Roudil) ou non (Ramel, Bisou, Baille), et des maisons déjà bien installées sur place (Bècle, F. Guy, Warnery) et d'autres ambitieuses (A. Prat).

⁴² *Bulletin mensuel du Syndicat régional*, avril 1924.

⁴³ *Ibid.*

⁴⁴ Ici, bien évidemment, le territoire dépasse le simple cadre spatial et recoupe les dimensions sociétales et économiques. Cf. Lyon-Caen, 2005.

d'enracinement dans une institution qui est un corps intermédiaire décisionnel décisif⁴⁵, tant sur le devenir du territoire économique local que national. En effet, à travers le noyautage d'un outil institutionnel de premier ordre, les négociants peuvent, directement, imprimer leurs volontés dans le domaine économique local et faire plus efficacement remonter leurs doléances vers les pouvoirs publics en vertu de l'écoute dont jouissent les Chambres de commerce, puis à partir des années 1920, la chambre de commerce régionale, appelée X^e région⁴⁶. Les responsables patronaux sont d'ailleurs bien conscients de l'importance de telles institutions comme le souligne, en décembre 1908, É. Roussel-Lacombe alors secrétaire général du syndicat montpelliérain : « Dans les Chambres de commerce méridionales, le principal commerce, celui des vins est peu représenté ; c'est fort regrettable car la plupart des membres de nos Chambres de commerce méridionales sont des viticulteurs et, en cette qualité, plus ou moins influencés par le milieu qu'ils fréquentent ou par les publications qu'ils reçoivent en tant que propriétaires »⁴⁷.

Si ce constat est révélateur de l'appétit des négociants en termes de représentativité et de pouvoir décisionnel, son caractère négatif est à nuancer. En effet, déjà dans les années 1900, le négoce est largement représenté dans les chambres de commerce comme l'indique le tableau 1⁴⁸.

| Tableau 1 : Parts des négociants élus dans les Chambres de commerce | | |
|--|-----------|-----------|
| | 1900-1914 | 1919-1939 |
| Montpellier | 47 % | 33 % |
| Sète | 38 % | 40 % |
| Nîmes | 26 % | 21 % |
| Béziers | 45 % | 20 % |

Sources : Ph. Lacombrade, 2009, et *Annuaire de l'Hérault* (1900-1939)

Si la part des négociants élus dans les années 1919-1939 tend à reculer en pourcentage, il faut garder à l'esprit que certains des négociants élus dans la période précédente sont encore en poste après-guerre. On retrouve ainsi, dans l'ensemble des Chambres de commerce de la région une majorité de négociants. S'il existe des disparités locales, cette présence est indéniable et elle assure au négoce local une position de force dans l'économie languedocienne. De la sorte, dans l'Hérault, au début des années 1930, les négociants

⁴⁵ Lemerrier C., « Réseaux et groupes d'influence – bilan historiographique », article à paraître [en ligne : http://hal.archives-ouvertes.fr/docs/00/52/28/88/PDF/HPR_Lemerrier.pdf].

⁴⁶ C. Druelle-Korn, 2012, p. 9, évoque « l'intermédiation privilégiée ».

⁴⁷ *Bulletin mensuel du Syndicat régional*, décembre. 1908.

⁴⁸ L'ensemble des informations ci-dessous sont un croisement d'informations fournies par Ph. Lacombrade (reprises en partie dans son article Lacombrade, 2009, ainsi que d'informations relevées dans l'*Annuaire de l'Hérault* pour la période.

disposent de plus d'un tiers des sièges consulaires, leur assurant la possibilité de faire entendre au niveau local et national leurs revendications. Et si un léger tassement se fait ressentir dans les années 1930, il est compensé par le contrôle de postes à responsabilité : trésorier, vice-président ou président. Le tableau 2 indique clairement cette stratégie d'occupation de l'espace décisionnel consulaire, dans l'Hérault.

| Tableau 2 : Liste des présidents des Chambres de commerce dans l'Hérault | |
|---|--|
| Sète | Estève Louis - Négociant en vins (1892-1906) Frisch Gaston - Courtier de navires* (1906-1908) Prats Jean - Négociant en vins (1908-1933) Domerc Jean - Négociant en vins (1933-1944) |
| Montpellier | Gervais Alfred - Administrateur des Salins du Midi * (1900-1920) Arnavielhe Paul - Négociant-fabricant de meubles (1920-1931) Malet Gustave - Négociant en vin (1931-1943) |
| Béziers | de Crozals Cyprien - Négociant en vins (1903-1907) Guy François - Négociant en vins (1907-1912) Gaillard Achille – Industriel* (1912-1934) Granaud Paul - Négociant en vins (1934-1939) |

Source : Annuaire de l'Hérault (1890-1939)

Ainsi, dans cette logique, il n'est pas surprenant de voir arriver à la tête de la toute récente X^e Région économique, deux des plus emblématiques syndicalistes de la période. Créées en 1919⁴⁹, ces régions qui ont « pour mission de donner des avis et d'émettre des vœux » sur la politique économique régionale, sont, au même titre que les Chambres de commerce, un outil de contrôle de l'orientation économique de la région. Ce sont, en outre, tout comme les autorités consulaires, de formidables relais auprès des pouvoirs publics locaux, régionaux et nationaux. La X^e Région, qui a vu le jour en 1921, a son siège à Montpellier et regroupe les Chambres de commerce de Montpellier, Sète, Narbonne, Carcassonne, Millau et Mende. C'est un outil fondamental dans l'optique de la défense des intérêts de la profession car la X^e Région, par le biais de son Bureau et de ses comités, est à même de discuter d'égal à égal avec les administrations ou les compagnies de chemin de fer. D'ailleurs, dès les années 1920, les négociants héraultais y occupent une place de choix : J. Prats y est nommé vice-président dès 1921, Denis Galtier⁵⁰ est trésorier, Hector Maurin,

⁴⁹ Loi du 5 avril 1919.

⁵⁰ Membre du syndicat montpelliérain dont il est le vice-président au début du siècle, il est à la tête d'une maison active mais de second ordre. Proche de P. Bret, il est également présent lors de la fondation du Syndicat régional.

secrétaire général, tandis que le biterrois Antoine Pradal⁵¹ fait partie du comité de direction. Dans les années 1930, alors que leur présence est moins marquée dans les chambres de commerce que dans les années 1920, le négoce héraultais prend alors la tête de la gouvernance économique régionale avec J. Prats de 1931 à 1934 puis Gustave Malet⁵² à partir de 1935.

D'ailleurs, les journaux spécialisés ne s'y trompent pas. Lorsque G. Malet est élu à la tête de la Chambre de commerce montpelliéraine, l'*Action Méridionale* salue le nouveau président dans des termes qui ne laissent planer aucun doute : « Les membres du Bureau de la Fédération ont été heureux d'apprendre qu'ils allaient compter maintenant parmi eux le président de la Chambre de commerce de Montpellier (qui) continuera à mener à leur côté le bon combat pour la défense des intérêts généraux du Commerce des vins. »⁵³. Ancien président de la Fédération Méridionale, président du syndicat des vins de Montpellier, de la Chambre de commerce de Montpellier et de la X^e Région, G. Malet concentre entre ses mains un pouvoir de décision qu'il met au service du négoce héraultais comme s'en félicite le journal en 1938 : « M. Malet réserve une prédilection particulière à nos milieux syndicaux du Commerce méridional des vins »⁵⁴. Dans le même ordre d'idée et sur un marché des vins particulièrement judiciarisé, les négociants sont également largement représentés dans les Tribunaux de commerce. Entre leurs mains, ils deviennent un instrument de défense corporatiste par excellence, en verrouillant les décisions judiciaires en matière de commerce. Au même titre que le verrouillage d'autres institutions comme les commissions de cotation dont ils sont maîtres, les Tribunaux de commerce permettent aux négociants de défendre, littéralement et de manière symbolique, les intérêts de la profession. Ainsi, toujours dans l'Hérault, on retrouve dans l'Entre-deux-guerres la présence massive des négociants dans les tribunaux de commerce comme l'indique le tableau 3.

| Tableau 3 : Composition des Tribunaux de commerce dans l'Hérault en 1923 | | | | |
|---|------------------|----------------------------|-----------------------|------------------------------|
| | Juges négociants | Juges - autres professions | Président - négociant | Président - autre profession |
| Montpellier | 5 | 5 | 1 | |
| Agde | 2 | 1 | | 1 |
| Béziers | 4 | 3 | 1 | |
| Sète | 5 | 3 | 1 | |

Source : *Annuaire de l'Hérault*, 1923

⁵¹ Antoine Pradal occupe de nombreuses responsabilités au sein du Syndicat biterrois des vins. Dans les années 1930, il est élu à la tête du Syndicat régional (1931-1934).

⁵² Gustave Malet est avec J. Prats l'une des figures majeures du syndicalisme languedocien. Négociant de second ordre à la tête d'une maison héritée de son père, il s'investit surtout dans ses différentes fonctions à partir des années 1920 : Président du Syndicat montpelliérain, de la Chambre de commerce de Montpellier, de la X^e région, du Syndicat régional. Il est également juge au Tribunal de commerce.

⁵³ *L'Action Méridionale*, 16 juin 1931.

⁵⁴ *Ibid.*, décembre 1938.

Ici encore des personnalités de premier plan occupent ces postes (G. Malet à Montpellier, J. Prats à Sète, Pierre Huc⁵⁵ à Béziers par exemple) et s'il s'agit de postes honorifiques, il ne faut pas nier l'importance que ces fonctions revêtent pour la défense des intérêts du commerce en général et de leur maison en particulier. La candidature à de tels postes est d'ailleurs largement encouragée par les syndicats. Ainsi, lorsqu'en 1910 le montpelliérain A. Baumel décède, de rudes tractations ont lieu avec les autres professions pour que le négoce conserve le siège de juge consulaire, convoité par d'autres, notamment le syndicat de l'alimentation⁵⁶.

C'est dans cette même logique positionnelle et réputationnelle⁵⁷ que les négociants assument des liens très forts avec les banques locales ou la Banque de France.

II - 2. Le système bancaire

Les mondes de la banque et du négoce dans le Languedoc sont particulièrement proches et interdépendants. Cette proximité s'explique tout d'abord par les sommes considérables que draine l'activité commerciale. En effet, les négociants – hormis lorsqu'ils travaillent à la commission, c'est-à-dire qu'ils n'occupent qu'une fonction d'intermédiaire-transmetteur d'ordres entre la clientèle et un producteur – ont besoin de fonds considérables pour pouvoir acheter, stocker et conserver des quantités importantes de marchandises. C'est le cas bien évidemment pour les négociants liquoristes perpignanais, les vermouthiers sétois, les marchands de vins doux naturels audois, mais c'est également vrai pour les négociants spécialisés dans les vins de consommation courante, qu'il s'agisse de vins vieux ou de vins de coupage, importés ou non. Ainsi, si une maison de commerce contracte auprès d'une ou, plus souvent, plusieurs banques des crédits de campagne de l'ordre de quelques dizaines de milliers de francs jusqu'à plusieurs millions⁵⁸, il faut également faire face aux investissements que nécessite une activité qui réclame des infrastructures performantes et modernes (motopompes, cuverie, chais, camions-citernes, etc.). Ceci explique que les négociants s'engagent, pour favoriser leur exploitation, dans des stratégies d'alliance avec les familles à la tête des banques locales.

Ainsi, à Sète, la banque « Dupuy-Coste », anciennement « Coste, Dupuy et Amadou » est étroitement liée aux intérêts commerciaux⁵⁹. En effet, la famille Amadou (des « capitalistes », c'est-à-dire des investisseurs) est alliée à la suite de mariages croisés à la famille Coste (grande famille de négociants sétois, notamment Paul Coste qui occupe des

⁵⁵ Pierre Huc est l'un des fils de Louis Huc qui a dirigé jusqu'au milieu des années 1920 l'une des maisons les plus puissantes de la place biterroises. Alors que son père n'était pas impliqué dans le mouvement syndical, Pierre s'investit beaucoup plus dans la défense des intérêts du négoce à travers ses fonctions dans les instances syndicales (il est par exemple trésorier du syndicat régional dans les années 1930) et consulaires.

⁵⁶ *Bulletin mensuel du Syndicat régional*, octobre 1910

⁵⁷ Genieys, 2012.

⁵⁸ Trois millions de francs de crédit de campagne pour la maison sétoise « Clarac frères et Chauvain » en 1933 selon le rapport d'inspection de la succursale sétoise de la Banque de France, Arch. Banque de France, Rapport d'inspection, Succursale de Sète, 1933).

⁵⁹ De Gmeline, 2005.

postes de premier plan dans la ville : vice-président de la Chambre de commerce avant la guerre, puis président du Tribunal de commerce durant l'Entre-deux-guerres). Dans le même temps, alors que l'une des filles Coste épouse un héritier Dupuy, une des filles Dupuy épouse l'un des négociants les plus en vue de la ville, Jules Gautier, consul d'Argentine et d'Uruguay. À Montpellier, c'est autour de la famille protestante Castelnau que le négoce local tisse des liens denses, associant à la fois négoce, banque et religion. Ainsi, à la faveur de stratégies familiales homogames et endogames, les familles Parlier, Cazalis, Warnery, Krüger, Leenhardt – soit les cinq familles à la tête des maisons de commerce les plus puissantes dans la capitale régionale jusqu'aux années 1930 – nouent des alliances autour de la banque « Castelnau et Cie » détenue par Maurice Castelnau puis son fils Michel.

L'objectif, outre celui de réaliser de « beaux mariages », s'articule autour de la volonté de sécuriser les approvisionnements financiers en entrant dans les conseils d'administration de ces banques et en obtenant des crédits pour financer l'activité. Ces collusions familiales sont d'ailleurs largement commentées par les inspecteurs de la Banque de France lors de leur visite dans la région et elles expliquent les difficultés que peuvent connaître les banques lors des périodes de marasme commercial (1903-04, 1907 ou 1921) ou inversement lorsque ces banques disparaissent. Ainsi au début des années 1930, lorsque la banque Castelnau, considérée comme le premier bailleur de fonds du négoce régional, éprouvée par la crise bancaire mondiale, fait banqueroute, les répercussions sont immédiates pour le commerce local en général et ses alliés plus particulièrement : Lionel Cazalis⁶⁰, de la puissante maison « Cazalis et Delors », oncle de M. Castelnau, doit assumer, par solidarité, une part des engagements pour payer les créanciers de Castelnau (concordat à hauteur de 70 %)⁶¹.

Enfin, afin de défendre leurs intérêts commerciaux mais également de disposer de postes prestigieux et à responsabilité, les négociants investissent les conseils d'administration des Caisses d'épargne, des banques locales et des succursales départementales de la Banque de France. À la Caisse d'Épargne de l'Hérault, il y a toujours au minimum deux négociants présents dans le conseil d'administration entre 1900 et 1939⁶². En 1914, le premier président du conseil élu est d'ailleurs un négociant, Camille Cousin⁶³. C'est ici essentiellement un poste à prestige car d'un point de vue commercial, les négociants n'ont aucun intérêt à siéger au conseil. Néanmoins, il est bien précisé dans les documents officiels que sur les membres nommés, une grande majorité (environ les 2/3) est nommée « parmi les citoyens les plus honorables de la cité »⁶⁴. Il s'agit donc d'un honneur de servir pour la ville et d'y gagner un prestige favorable à l'honorabilité de la famille du négociant et ainsi, à sa maison de commerce.

⁶⁰ À la tête d'une des plus grosses fortunes de la ville, Lionel Cazalis est également propriétaire de la maison de commerce la plus puissante jusqu'au milieu des années 1930, « Cazalis & Delord », spécialisée dans les vins algériens..

⁶¹ Arch. Banque de France, Rapport d'inspection, Succursale de Montpellier, 1934.

⁶² Sur environ 25 membres. En 1928, par exemple, il y a trois négociants : Lacombe-Roussel, Tricou et Cousin.

⁶³ Camille Cousin est le frère du député Élie Cousin qui est le fondateur du syndicat montpelliérain des vins.

⁶⁴ Centre des archives économiques et financières, B-0014720/1, Caisse d'Épargne de Béziers (1834-1961), Statuts et règlement intérieur de la Caisse d'Épargne, début du XX^e siècle.

Dans le cas des conseils d'administration des banques, le prestige est encore plus grand car ce sont des institutions bien plus puissantes et qui financent le Commerce. Ainsi, on retrouve des membres du négoce dans l'ensemble des conseils d'administration des banques locales tandis que la présidence de la succursale de la Banque populaire de Montpellier est assurée par Félix Michel⁶⁵ puis par Élie Cousin⁶⁶ durant l'Entre-deux-guerres⁶⁷. À Béziers, c'est Marcel Biscaye qui assure la fonction de président du conseil d'administration de la Banque populaire dans les années 1930⁶⁸.

À la Banque de France, cette dimension de prestige utilitaire est renforcée car c'est là une institution qui préside, par son autorité sur le système bancaire (et donc sur les crédits), à la bonne marche des maisons de commerce et du marché des vins. Ainsi, tout au long de la période, les négociants trustent les sièges des conseils d'administration des trois succursales héraultaises⁶⁹. Composé de deux ou trois censeurs et de six à huit administrateurs, le rôle de ces conseils est de contrôler les opérations de la banque et d'orienter l'activité de cette dernière. Il est donc primordial, dans un secteur qui nécessite de très nombreux investissements et où les paiements sont différés de 30, 60 voire 90 jours, de s'assurer que le commerce des vins n'est pas lésé par la politique locale de la Banque de France qui, en amont, débloque les fonds nécessaires au financement du marché des vins. Ainsi, jusqu'en 1939, les négociants représentent pour le département 48 % des censeurs de la Banque de France et 47 % des administrateurs. Ici aussi les plus grandes familles du négoce départemental sont représentées : Prats ou Coste à Sète, Cousin ou Bret à Montpellier, Huc ou Guy à Béziers.

Au terme de cette rapide enquête, il nous semble évident que l'engagement des négociants en faveur des vins du Midi prend plusieurs formes. Il s'agit à travers de l'implication syndicale et de son discours corporatiste de défendre les intérêts collectifs des maisons de commerce en valorisant les vins du Midi à travers des actions de *lobbying* et de propagande coordonnées principalement par le Syndicat régional. C'est également grâce à l'accaparement de postes à responsabilité dans les instances économiques locales et régionales que le négoce entend défendre les intérêts de la profession. C'est, enfin, par le biais de postes

⁶⁵ Félix Michel est membre de la Chambre de commerce de Montpellier, administrateur délégué de la Banque de France à Sète, juge au Tribunal de commerce de Sète. Décoré par la légion d'honneur, il est également investi dans de nombreuses œuvres philanthropiques.

⁶⁶ Élie Cousin est le fils de Camille Cousin et le neveu du député Élie Cousin. À la tête d'une maison moyenne avec son frère, il est particulièrement impliqué dans le milieu corporatiste. Principal collaborateur de Gustave Malet, il reste en poste comme celui-ci jusqu'aux années 1950.

⁶⁷ Il est fort probable qu'E. Cousin conserve ce poste jusqu'en 1956, date à laquelle il abandonne l'ensemble de ses mandats syndicaux et de ses postes honorifiques.

⁶⁸ Centre des archives économiques et financières, B-0034219/2, Banque Populaire, Inspection de la succursale de Béziers, 1935.

⁶⁹ L'ensemble des informations ci-dessous proviennent des Arch. Banque de France, notamment les « Cartes des conseillers et censeurs de la Banque de France » des succursales de Montpellier (Arch. Banque de France, 1069198818/6), Béziers (Arch. Banque de France, 1069198818/2), Sète (Arch. Banque de France, 1069198818/9), de 1900 à 1970.

honorifiques que cette démarche de défense est assurée, notamment en sécurisant ses rapports avec le monde bancaire qui assure le financement des maisons de commerce. S'il ne s'agit pas d'un mouvement unique en France⁷⁰, son originalité réside dans la défense obstinée d'un vin dont les qualités sont largement remises en cause dans ce premier vingtième siècle.

Cette position d'intermédiaire efficace et actif est particulièrement reconnue par l'État qui fait du mouvement patronal l'un de ses interlocuteurs privilégiés, notamment en période de crise. C'est cette confiance, bâtie sur quatre décennies, qui explique qu'au moment de la Révolution nationale, les instances vichystes s'appuient sur le négoce pour assurer le contrôle de la filière, le ravitaillement national et les réquisitions imposées par l'Occupant.

Bibliographie

Barthe, Édouard, *Rapport fait au nom de la Commission des boissons chargée de procéder à une enquête sur la situation de la viticulture en France et en Algérie et sur toutes les réformes utiles de nature à améliorer le marché vinicole et à réduire les charges qui frappent le commerce des vins (1930-1931)*, n° 3156, Chambre des députés, Paris, Imprimerie de la Chambre des députés, 1932.

Bergé, Pierre, *Le marché des vins du Midi*, Paris, PUF, 1927, 96 p.

Cazalet, Jean-Louis, *Cette et son commerce des vins de 1666 à 1920, essai d'histoire économique*, Montpellier, Firmin et Montane, 1920, 412 p..

De Gmeline, Patrick, *Dupuy, de Parseval, depuis 1845, une banque ouverte sur le monde*, Éditions de Venise, 2005, 80 p.

Druelle-Korn, Clothilde, « Les corps intermédiaires économiques : mise en perspective historique d'une actualité », in Druelle-Korn Clothilde (dir.), *Les corps intermédiaires économiques entre l'État et le marché*, Actes du Colloque tenu à Limoges en octobre 2008, Limoges, PULIM, 2012, Introduction.

Galtier, Gaston, *Le vignoble du Languedoc méditerranéen et du Roussillon : étude comparative d'un vignoble de masse*, Montpellier, Causse, Graille et Castelnau, 1960, 3 vol., 484 p., 353 p., 317 p.

Garrier, Gilbert, *Le Phylloxéra, une guerre de trente ans, 1870-1900*, Paris, Albin Michel, 1989, 194 p.

Gavignaud-Fontaine, Geneviève, *Le Languedoc viticole, la Méditerranée et l'Europe au siècle dernier*, Publication de l'UPV, Montpellier, 2000, 568 p.

—, *Terroirs et marchés des vins dans un siècle de crises. 1907-2007 en Languedoc-Roussillon*, Montpellier, PUM, 2012, 296 p.

⁷⁰ Christophe Lucand a montré dans sa thèse sur le négoce bourguignon que l'on retrouve ce genre de démarches (promotion, corporatisme, groupes de pression, occupation de postes à responsabilité) en Bourgogne à la même époque. Cf. Lucand, 2007.

Genieys, William, et Hassenteufel, Patrick, « Qui gouverne les politiques publiques ? », *Gouvernement et action publique*, 2/2012 (n° 2), p. 89-115.

Jolly, Jean (dir.), *Dictionnaire des parlementaires français; notices biographiques sur les ministres, députés et sénateurs français de 1889 à 1940*, Paris, PUF, 1960, p. 418-19 (pour J. Augé) et 2805 (pour C. Reboul).

Lachiver, Marcel, *Vins, vignes et vigneron : Histoire du vignoble français*, Paris, Fayard, 1988, 714 p.

Lacombrade, Philippe, « Les chambres de commerce du Languedoc méditerranéen et la question viticole sous la Troisième République », in Lacombrade, Philippe, et Nicolas, Fabien, *Vin et république, 1907-2007*, Actes du colloque, Montpellier, 18-19 octobre 2007, Paris, l'Harmattan, 2009, p. 112-124.

Lemercier, Claire, « Réseaux et groupes d'influence – bilan historiographique », article à paraître [en ligne : http://hal.archives-ouvertes.fr/docs/00/52/28/88/PDF/HPR_Lemercier.pdf].

Lucand, Christophe, *Les négociants en vins de Bourgogne, itinéraires, familles, réseaux, de 1880 à nos jours*, Thèse de doctorat, Université de Bourgogne, 2007.

Lyon-Caen, Nicolas, « L'appropriation du territoire par les communautés », *Hypothèses*, 2005/1, p. 15-24.

Pech, Rémy, « L'organisation du marché du vin en Languedoc-Roussillon aux XIX^e et XX^e s. », *Études Rurales*, avr.-déc. 1980, 78-80, p. 99-111.

–, *Entreprise viticole et capitalisme en Languedoc méditerranéen, de la crise phylloxérique à la Deuxième Guerre mondiale*, Toulouse, Publ. de l'Université de Toulouse-Le Mirail, 1975, 567 p.

Tarral, Isabelle, *Vins de qualité en pays héraultais (du Second Empire à la guerre 1939-1945)*, Nîmes, C. Lacour Éd., 2005, 163 p.